



Pratiques intermédiatiques de la série télévisée : vers une reconfiguration de la réception

Muriel Gil, Julie Renard

► To cite this version:

Muriel Gil, Julie Renard. Pratiques intermédiatiques de la série télévisée : vers une reconfiguration de la réception. Entrelacs, 2007, 8p. hal-00931595

HAL Id: hal-00931595

<https://hal.science/hal-00931595>

Submitted on 15 Jan 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Pratiques intermédiatiques de la série télévisée : vers une reconfiguration de la réception

[GIL Muriel](#)

[RENARD Julie](#)

- 18 novembre 2007

Partant du constat de la diversité de modes de diffusion de la série télé (télévision, DVD, Internet), cet article propose d'explorer les pratiques de réception liées à l'utilisation de ces différents médias grâce à une approche micro-sociologique mettant en œuvre des entretiens compréhensifs.

Cette étude montre tout d'abord comment la télévision reste un lieu privilégié pour la consommation des séries : elle est leur média de diffusion originel (les séries sont conçues en fonction de lui, de ses impératifs) et les chaînes sont autant de points de repère pour les spectateurs qui sont à la recherche d'un produit qui leur correspond.

Sera ensuite abordée la question de la diversification des pratiques par le biais du DVD et d'Internet. La série devient une composante de l'offre de stock et le spectateur peut ainsi se libérer des contraintes de la diffusion télévisuelle et développer des pratiques singulières et originales telles que le « marathon ». Elle devient également un produit éditorial autour duquel s'organisent des communautés d'internautes.

Enfin l'accent sera mis sur l'importance de la dimension sociale de ces pratiques : la diversification des médias et supports de la série offre autant de lieux favorisant le développement de pratiques originales et de réseaux de sociabilité, qu'il s'agisse de partager un visionnage ou une discussion.

Depuis quelques années, les séries télévisées semblent rencontrer un engouement sans précédent de la part des spectateurs. Ce « boom » semble entrer en corrélation avec un autre phénomène : la multiplication et la diversification de ses modes de diffusion (les séries comptent notamment parmi les contenus les plus téléchargés sur Internet). En effet, si elles sont un produit initialement conçu pour la télévision (une situation de communication particulière avec des caractéristiques contraignantes influant sur la production, la diffusion et la réception des contenus), elle s'invite désormais sur d'autres médias, incitant ainsi les spectateurs à modifier leurs pratiques habituelles. Afin de questionner cet engouement pour la série télévisée par le prisme des divers modes d'appropriation dont elle fait aujourd'hui l'objet, nous avons fait le choix d'une enquête empirique. Considérant la réception des séries télévisées comme un acte situé - impliquant certains usages et pratiques très variables d'un média à l'autre et d'un individu à l'autre - une approche micro-sociologique de la réception au moyen d'entretiens compréhensifs nous permettra de caractériser ces « façons de faire ». Cette étude qualitative, sans prétendre à une quelconque représentativité, a pour but d'appréhender des pratiques singulières afin de comprendre, à travers elles, le rapport à l'œuvre construit par les spectateurs. L'échantillon des cinq personnes enquêtées a donc été choisi selon les deux seuls critères nécessaires à cette étude : d'une part le goût de ces personnes pour les séries et d'autre part un équipement multimédia leur permettant des usages multiples. Les entretiens ont été réalisés au domicile des personnes enquêtées, au plus près de leurs pratiques ; menés à partir d'une grille de questions ouvertes, sur une durée moyenne de

deux heures laissant à chacun la liberté de développer ses idées ; enregistrés puis retranscrits en vue d'une analyse de discours qui tienne compte de toute la richesse du matériau recueilli. Soulignons enfin la visée exploratoire de cette démarche : son but étant de préciser des hypothèses qui feront l'objet de travaux plus approfondis. Nous avons donc articulé ce travail en trois temps : la première partie montrera comment la télévision reste un lieu privilégié pour la consommation des séries ; la deuxième abordera la question de la diversification des pratiques par le biais du DVD et d'Internet ; et la dernière mettra l'accent sur l'importance de la dimension sociale de ces pratiques.

I. Fidèles au poste : la série comme produit phare de la télé

Les pratiques médiatiques des personnes enquêtées ne sont pas exclusives les unes des autres. Elles apparaissent plutôt complémentaires, même si chacun semble avoir un média de prédilection : la télévision pour Mélanie et Michèle, Internet pour Zeliha et Sarah, le DVD pour Romain.

Pour la plupart d'entre eux, la télévision reste le meilleur moyen de découvrir de nouvelles séries, de tomber dessus par hasard avant de les télécharger sur Internet. C'est également pour Zeliha l'occasion de regarder les séries qui ne sont pas dignes d'être téléchargées mais qu'elle prend plaisir à regarder, comme *Le Destin de Lisa*, ou les séries policières qui ne nécessitent pas selon elle une grande assiduité. La pratique télévisuelle se veut alors nonchalante, réservée aux séries de deuxième ordre, et bien moins engageante que le téléchargement qui nécessite un investissement supplémentaire, la démarche volontaire de rechercher un contenu. La télévision serait donc à la fois le moyen d'amorcer le visionnage d'une série, le lieu où celle-ci se fait connaître du public, et parfois l'occasion d'une pratique moins engagée « *si je rate un épisode c'est pas grave* » (Zeliha)). La notoriété des chaînes ne semble pas étrangère à ce phénomène. En effet, la télévision est encore pour les enquêtés le média à l'usage duquel ils ont le plus de repères. Et la ligne éditoriale et l'image que construisent les chaînes en font partie. Michèle reconnaît ne pas avoir confiance en la 6 : « *j'ai un a priori sur la 6, je sais pas, il me semble que, c'est pas de la mauvaise qualité la 6 ? C'est peut être plus jeune, tu vois peut être que je serais passée à côté des Experts si c'était passé sur la 6.* ». Sarah évoque systématiquement les séries qu'elle regarde en fonction de leur chaîne de diffusion, ce qui leur confère un ancrage, des points de repère sur lesquels elle peut s'appuyer pour mieux en parler. Elle est également capable de citer les chaînes de diffusion américaines ou britanniques des séries qu'elle télécharge sur Internet. Connaître la chaîne qui diffuse la série, c'est déjà se faire une idée de celle-ci ; et inversement. La série peut alors devenir un produit phare, tant pour les enjeux qu'elle représente en terme d'audience que pour la construction de l'image de marque de la chaîne.

Les personnes enquêtées ont d'ailleurs bien conscience de ces enjeux, notamment commerciaux, de la série télévisée. Pour Romain, la série revêt un double statut. Elle est à la fois une œuvre et un produit. D'où l'ambiguïté du vocabulaire qui définit son rapport à la série : il en « *est friand* », la « *goûte* », compare les sitcom à du théâtre, classe les séries par genres, mais également les « *consomme* », en est « *client* », en est « *la cible* »... Ce qui transparait alors, c'est l'aspect proprement télévisuel de la série télévisée, le fait que l'on puisse aussi bien déceler dans sa composition ses intentions artistiques que commerciales ; que les règles du genre soient fondamentalement liées aux contraintes commerciales du média. Chacune à leur manière, les personnes interviewées en ont conscience. Romain fait remarquer que « *l'aspect mercantile est quand même vachement plus prononcé*

[qu'au cinéma], dans la mesure où c'est monté aussi dès le départ aussi pour laisser la place à la publicité. [...] Une fois qu'on en a conscience, c'est pas un problème, on fait avec quoi. » Pour Mélanie, les caractéristiques formelles dues au mode de diffusion n'en sont pas moins les caractéristiques d'un genre qui comporte des codes et notamment une certaine manière d'être spectateur : *« Si j'avais le temps, je les regarderai toutes à la télé en direct [...] ça a plus de charme » « le fait d'attendre une semaine, ça ça te fais y penser, y réfléchir [...] t'es actif, [...] en tant que spectateur tu deviens le personnage de cette fiction parce que tu t'es impliqué dedans quoi. Et c'est comme ça qu'ils attrapent les gens. De toute façon je pense que c'est pour ça que les séries marchent autant, parce que les gens s'impliquent dedans quoi. »* L'attente hebdomadaire et la frustration font alors partie du jeu.

La télévision reste donc un média important pour la pratique des séries : c'est leur premier média de diffusion (elles sont conçues en fonction de lui, de ses impératifs) et les chaînes sont autant de points de repère pour les spectateurs qui sont à la recherche d'un produit qui leur correspond. Pour Mélanie, elle est même le meilleur moyen d'apprécier les séries, le lieu où l'activité du spectateur est en adéquation avec l'usage prescrit de la série télévisée. Mais les personnes enquêtées ont malgré tout le sentiment de « se faire avoir », de se faire manipuler. Pour éviter cela, Michèle met un point d'honneur à décider de ne pas regarder certaines séries : *« alors des fois je prend la grande décision, ça tu ne regardes pas le premier, comme ça tu ne regarderas pas les autres. Oui parce qu'après obligée d'être là tous les mercredis à 20h30, non non je voulais pas ça tout l'été. »* . Le recours au DVD ou au téléchargement sur Internet apparaît alors souvent comme une alternative moins radicale : le moyen d'une meilleure maîtrise de l'activité spectatorielle.

II. Entre routine et marathon : les nouvelles pratiques de la série

Le caractère hebdomadaire des diffusions télévisées suppose une certaine assiduité du téléspectateur. Le téléchargement ou le DVD permettent alors de se libérer des contraintes de diffusion des chaînes : chacun peut avoir son propre rythme de visionnage comme en témoigne Mélanie *« Parce que là aussi on était complètement dépassés et puis ça avait tellement évolué que on avait zappé et puis on savait même plus quand ça passait à la télé, les horaires, ça changeait tout le temps. Donc finalement en achetant l'intégrale ça permettait de les re-regarder à notre rythme. »*. Pour Mélanie, dont la pratique de la série reste centrée sur le média télévisuel, le DVD et le téléchargement deviennent alors une pratique d'appoint, le moyen de se procurer « l'épisode raté » afin de pouvoir continuer à suivre la série. Souvent en cause, la programmation aléatoire des séries sur les chaînes françaises. En effet, en raison de logiques d'audience, certaines séries ne sont pas diffusées dans leur intégralité, servent de bouche-trou ou sont programmées sur des chaînes différentes rendant difficile la pratique du téléspectateur : *« souvent c'est des séries qui passent pas dans la continuité, je vais voir allez 5-6 épisodes, je vais être hyper fan, et puis après ils arrêtent de le passer on sait pas pourquoi. »* (Sarah). Ce manque de cohérence dans la programmation des chaînes françaises tend toutefois à s'estomper avec l'engouement du public français pour ce type d'œuvres audiovisuelles et l'aubaine que cela représente en terme de fidélisation de l'audience. Cette volonté des chaînes de permettre au téléspectateur de mieux se repérer transparaît notamment dans leurs grilles de programmes qui indiquent désormais le numéro de l'épisode ainsi que celui de la saison en cours. Si le DVD et le téléchargement permettent essentiellement de mieux maîtriser la consommation des séries, ce n'est pas le seul critère à prendre en compte. Le DVD est également choisi pour la beauté de l'objet ou la qualité du support. Le téléchargement présente l'avantage de la gratuité, argument non négligeable pour Zeliha : *« Non mais*

légalement tu t'en fous, on a la possibilité de le faire ». Il permet également de découvrir, au moment de leur sortie à l'étranger, de nouvelles séries d'origines diverses qui ne seront peut-être jamais diffusées en France ni même éditées en DVD.

Confrontés à l'abondance de l'offre et désormais plus libres d'organiser la réception comme il l'entendent, les personnes interviewées adoptent principalement deux types de comportements : lorsque la série est disponible dans sa quasi-intégralité, il est alors possible de télécharger un ou plusieurs épisodes. Ainsi deux attitudes se distinguent. Michèle reproduit le rituel de la télévision, se contentant de ne regarder qu'un voire deux épisodes le soir devant son ordinateur avant d'aller se coucher. Sarah en revanche préfère « en enchaîner » plusieurs d'affilé. *« Quand j'ai 3-4 épisodes, je m'installe vraiment quoi, c'est-à-dire que c'est comme une soirée cinéma, quoi, pour moi [...] Donc euh finalement, là voilà c'est ma séance spéciale quoi. »*

Lorsque la série est en cours de diffusion, le spectateur ne peut alors télécharger qu'un épisode par semaine (rythme des sorties aux Etats-Unis, qui sont souvent celles qui intéressent les enquêtés). L'approvisionnement est régulé et le mode de consommation redevient assez proche de celui de la télévision. Pourtant, il est intéressant de souligner deux stratégies spectatorielles différentes : regarder l'épisode de manière hebdomadaire *« Le mardi était associé aux Heroes et le mercredi était associé aux Lost, c'est chouette, c'était un petit peu la petite récompense du jour quoi »* (Zeliha) ou attendre sagement, sans rien regarder, afin de voir tous les épisodes d'une seule traite *« je préfère attendre que la saison se termine et la regarder dans son ensemble, quitte à regarder les 24 épisodes d'affilé, faire des marathons. »* (Romain)

Cette nouvelle appropriation de la série télévisée qui consiste à regarder sans limites la série du moment nécessite beaucoup de temps (Romain n'hésite pas à souligner le caractère « *chronophage* » des séries) et est souvent propice à des pratiques vécues comme des excès : *« c'est quelque chose qui est vraiment jouissif [...] c'est l'orgie quoi »* (Romain). Tous les interviewés ont à un moment ou à un autre passé de longues heures devant leur écran, voire une nuit entière *« jusqu'à avoir mal à la tête, que l'ordi pique les yeux »* (Zeliha). Ces derniers sont tout de même lucides quant à leur comportement démesuré qu'ils décrivent avec le vocabulaire du dérèglement alimentaire ou de la dépendance à une drogue : *« c'est assez boulimique comme truc »* (Zeliha), *« j'ai eu une overdose [...] Maintenant je me les regarde à petite dose »* (Michèle) et font le constat du caractère exclusif d'une telle pratique rendant parfois asocial : *« tu fais plus rien » « tu fais que ça »* (Sarah). Après avoir connu ces excès, pour Mélanie, le besoin de revenir à la diffusion télévisée afin de réguler sa consommation se fait parfois ressentir : *« j'aurais la possibilité de les télécharger ou de les récupérer, de les regarder tous à la suite, mais je préfère les regarder euh [à la télé] et puis ça permet aussi de s'auto contrôler. »* Et comme les meilleures choses ont une fin, le manque se fait rapidement sentir. Romain opère alors une sorte de sevrage par le biais des bonus : *« En fait ce qui se passe généralement, c'est quand j'arrive au bout, que j'ai plus d'épisodes à suivre, là y a une frustration qui s'installe. Le complément, le patch c'est le bonus. [...] ça permet de faire une petite descente douce. »* Mais tous s'accordent à dire que depuis quelques années il y a des séries à profusions : l'offre est importante et certains sont un peu perdus, d'autres avouent qu'ils prennent moins le temps d'apprécier. L'attente n'est plus la même, la dépendance se fait moins sentir : *« maintenant quand y en a une qui est terminée, bon ben t'es frustré mais pas si longtemps que ça parce qu'il y en a une autre qui prend le relais »* (Mélanie)

En passant du média télévisuel au DVD et à Internet, la série change de statut : de produit de flux elle devient un produit de stock. Au même titre que le film ou le livre, elle devient une composante à part entière de la médiathèque de nos enquêtés. Il s'agit alors de reconstituer une œuvre complète. Cependant, le coût élevé d'une série intégrale en DVD explique qu'elles fassent surtout l'objet de cadeaux et que l'acte d'achat se tourne vers les séries dont les interviewés sont les plus fans : *« J'ai les 10 saisons (Friends), [...] C'est d'autant plus du fanatisme que dans ma famille je suis pas le seul à les avoir : c'était pour avoir les miens. »* (Romain)

Par ailleurs, l'immatérialité des fichiers et la grande capacité des disques durs rendent de plus en plus facile la constitution d'un stock de séries à voir ou à revoir. Les supports DivX, moins coûteux que les DVD et moins investis affectivement, permettent de multiplier les échanges. Pour les mieux équipés, le transfert se fait directement d'un disque dur à un autre grâce aux disques durs externes ou multimédia aisément transportables, développant ainsi de nouvelles formes de sociabilité : *« Maintenant quand tu vas chez les gens aussi souvent on regarde l'ordi « ben tiens j'ai récupéré ça », enfin maintenant ça fait partie des mœurs de s'échanger les séries, »* (Mélanie)

Dans tous les cas, la série s'accompagne d'un nouvel appareillage paratextuel : bonus, choix important de langues et de sous-titres pour les DVD ; sur Internet, création de sous-titres et de sur-titres par des communautés d'internautes, suppressions des coupures publicitaires (qui n'ont plus de raison d'être hors logique de flux) et parfois des génériques, commentaires sur les fichiers à télécharger (format, qualité, langue...). Les internautes s'organisent donc de manière à créer des services adaptés à leur mode de consommation. Sur ce terrain, les chaînes de télévision tentent de réagir en proposant le choix de la VO, notamment par le biais de la TNT et en investissant peu à peu Internet avec des services de VOD (Video On Demand), qu'aucun de nos enquêtés n'a encore eu l'occasion d'expérimenter.

L'offre de stock permet dans une certaine mesure de se libérer des contraintes de la diffusion télévisuelle tout en induisant parfois chez les spectateurs des pratiques originales telles que le « marathon ». La série devient également un produit éditorial autour duquel s'organisent des communautés d'internautes. La diversification des médias et supports de la série offre donc autant de lieux favorisant le développement de pratiques originales et de réseaux de sociabilité, qu'il s'agisse de partager un visionnage ou une discussion.

III. La série comme catalyseur de lien social

Les pratiques de nos enquêtés sont souvent collectives, qu'il s'agisse du visionnage des séries ou des discussions qui l'entourent. Comme en témoigne Romain, la série semble être un programme propice à de nombreux échanges : *« c'est beaucoup l'effet communautaire. Avec les séries ça c'est clair, c'est quelque chose qu'on a envie de partager, dont on a envie de parler. C'est vrai aussi pour les œuvres cinématographiques, mais là encore plus. Souvent on les regarde ensemble ouais [...] Et puis ça maintient dans l'univers aussi le fait d'en parler. »* Ainsi, chaque série a son groupe de partage. Romain et ses frères vont même jusqu'à créer une ambiance particulière autour de la série qu'ils regardent : *« [pour Lost] Ils faisaient même des petits jingles avec des petites danses entre chaque épisode quand il y a les tambours qui se mettent. Ils avaient leur rituel, leur petite danse, ils avaient même inventé une chanson, [...] ils se sont fait leur petit délire entre eux. »* Mélanie et Zeliha ont toutes deux expérimenté les « soirées filles » : *« la soirée étudiante de filles, à manger de la glace devant Ally Mcbeal. »* (Mélanie) ; *« c'est vrai que les Desperate, les Sex and the city, les trucs comme ça, c'est particulièrement marrant avec un groupe de*

copines et une bouteille de vin et des pâtisseries quoi. » (Zeliha). Sarah, qui lorsqu'elle habitait encore chez ses parents regardait les séries avec sa mère et sa sœur, préfère aujourd'hui les regarder seule. Adeptes de séries qu'elle qualifie de « *minoritaires* » comme *Black Books*, la connaissance par un tiers de cette même série devient un critère distinctif : « *A chaque fois que je connais quelqu'un qui la connaît, c'est ah ! tu vois, tu rejoins le groupe qui connaît Bernard Black. [...] Et maintenant c'est vrai que les gens qui s'en rappellent encore, ouais j'aime bien, c'est bon signe en général.* » Michèle, elle, fait une distinction entre les séries qu'elle regardaient avec ses enfants (programmes qu'elle ne regarderait plus toute seule aujourd'hui) et celles qu'elle est obligée de voir seule, son entourage étant hostile à ce genre de pratiques : « *une série ça peut créer un conflit dans un ménage, Patrick il râle que je regarde toutes ces conneries. [...] moi je montais à la télé du haut, et je regardais Navarro.*

Avec les offres de stock, ils découvrent souvent des manières plus souples d'organiser leurs pratiques collectives. Zeliha par exemple lors de séances de visionnages entre amis évoque la possibilité de « *mettre en pause pour commenter l'action à tout moment* » et Romain, lui, insiste sur le fait de pouvoir se rassembler plus facilement avec ces frères et organiser des séances durant des après-midi entier dans « *des conditions proches du cinéma* ». Mais pour certains, ces nouvelles pratiques ne remplacent pas pour autant une forme de sociabilité plus traditionnelle calquée sur le rythme des diffusions télévisuelles. Pour Mélanie et Michèle, la diffusion télévisuelle reste le rendez-vous à ne pas manquer et surtout l'occasion d'alimenter les discussions au travail le lendemain. Romain en revanche semble exclu du groupe, lui qui ne regarde que très peu la télévision : « *Le midi, si tu sais pas à la pause déjeuner ce qui s'est, ce qui avait hier soir dans les différentes séries - puisque maintenant y a plus que des séries quasiment le soir à la télé - des fois tu te sens un peu seul* ».

Quel que soit le mode de réception privilégié, pour les interviewés la série engendre nécessairement des discussions. En amont de l'activité de réception, les conseils de l'entourage sont souvent à l'origine de leur intérêt pour une nouvelle série : c'est le cas notamment pour Zeliha (« *je vois un truc qui me fait penser à une personne et je me dis « ah la la, ça il faut que je lui passe quoi »* ») pour Romain (« *Disons que je suis pas allé vers la série, c'est elle qui est allé vers moi. [...] A chaque fois c'est le truc qu'on m'a passé, qu'on m'a offert ou qu'on m'a incité à regarder* ») ou encore Mélanie (« *c'était vraiment du bouche à oreille et puis après quand t'es connu pour aimer les séries, les gens ben viennent t'en parler* »).

Pendant le visionnage la série peut servir de déclencheur de discussions, un événement pouvant rappeler un vécu similaire et engendrer par la suite un échange s'éloignant du sujet initial.

Les discussions se poursuivent « *après la séance* », elles prennent la forme de projections ou de prospectives (essentiellement en fin de saison), de commentaires ou de jugement sur les actions, les personnages et peuvent même s'orienter sur la manière dont est réalisée la série : la photo, le cadrage, la musique, le scénario, le jeu des acteurs « *Donc là plus un regard critique sur l'œuvre, avec les même outils qu'on pourrait avoir pour le cinéma.* » (Romain). Ils découvrent également sur Internet de nouveaux lieux de partage : « *tu te rends compte que y a plein de gens qui sont aussi curieux que toi en fait [...] ça fait une émulation quoi et euh on est tous curieux en même temps* » (Zeliha). Tous nos enquêtés sont allés au moins une fois faire des recherches sur leur série préférée sur Internet, soit parce que la série s'y prêtait : « *Particulièrement pour Lost en fait. Parce que c'est la série qui te pousse à le faire [...] en fait mon but c'était de voir les hypothèses des autres gens* » (Zeliha) ; soit parce que le suspense était insoutenable : « *ça m'est arrivé d'aller le lendemain matin sur des forums pour*

voir des spoilers quoi, des infos inédites pour savoir ce qui allait se passer, pour se rassurer » (Mélanie) ; soit pour recueillir l'avis d'autres fans sur la série (Sarah). En revanche, aucun d'eux n'a manifesté d'intérêt pour les coulisses, making-of, informations sur les acteurs. Et Mélanie va même plus loin : « *ça m'est complètement égal quoi de qui ils sont à l'extérieur, je suis beaucoup trop fanatique des personnages qu'ils incarnent pour imaginer qu'ils ont une vie à l'extérieur* »

Cette grande diversité de pratiques liées à la série témoigne d'une reconfiguration à la fois de ses modalités de visionnage et des formes de sociabilités qu'elle catalyse. Dans un paysage médiatique en constante évolution, chacun tente alors d'ajuster au mieux ses pratiques en fonction des possibilités qu'offrent les différents médias, mais également en fonction de ses aspirations personnelles et de celles des groupes sociaux avec lesquels il partage ces pratiques.

Muriel GIL,
Doctorante, Alocataire-Monitrice en SIC,
LARA, Université Toulouse 2 Le Mirail

Julie RENARD,
Doctorante, ATER en SIC,
LARA, Université Toulouse 2 Le Mirail

Références bibliographiques

CALBO, Stéphane. *Réception télévisuelle et affectivité : une étude ethnographique sur la réception des programmes sériels : le cas de "Madame est servie" et des "Guignols de l'info"*. Paris, L'Harmattan. Coll. Champs visuels. 1998.

BLANCHET, Alain (dir.). *L'entretien dans les sciences sociales : l'écoute, la parole et le sens*. Paris, Dunod. 1985.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Sociologie des publics*. Paris, Ed. la Découverte. 2003.

KAUFMANN, Jean-Claude. *L'entretien compréhensif*. Paris, A. Colin. Coll. 128 Sociologie. 2006 (1996).

LAHIRE, Bernard. *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, Éd. la Découverte. Coll. La Découverte-poche. 2006 (2004).

LE GUERN, Philippe. *Les cultes médiatiques : culture fan et oeuvres cultes*. Rennes , Presses universitaires de Rennes. 2002.

MAIGRET, Eric, MACE, Eric (dir.). *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris, A. Colin, INA. Coll. Médiacultures. 2005.

MAIGRET, Eric, SOULEZ, Guillaume (dir.). *Les raisons d'aimer les séries télé, Médiamorphoses*. INA, Armand Colin. Hors série janvier 2007.

Référence électronique

GIL Muriel, RENARD Julie, « Pratiques intermédiatiques de la série télévisée : vers une reconfiguration de la réception », Revue Entrelacs, [en ligne], mis en ligne le 18 novembre 2007. URL : <http://www.entrelacs.fr/spip.php?article142>. Consulté le 15-01-2014